

商场郊区开智慧门店 跟风还是拼服务

中心城区商业空间日趋饱和,郊区成为吸引新兴商业集聚的重要空间。据北京商报记者统计,在10-12月期间,将有近10家商场开业,多集中在五环甚至六环开外的郊区。在集中开业的同时,项目的运营者也以“智慧门店”概念在项目内增加智能停车、智能互动终端等设备。不过,北京商业经济学会常务副会长赖阳表示,如果利用智能设备能提高实体商业的运营效率固然重要,不过在实体商业项目中投入智能技术的成本相对较高,相关体验创造的价值不一定能与投入成正比。智能设备后期维护维修的费用相对较高,所以智能技术是否能够持续投入还有待观望。

年底扎堆开业

赶在国庆消费黄金周前后,北京多家商场开门迎客。在顺义鲁能美丽汇购物中心、龙湖北京房山天街、昌发展万科中心相继开业后,M-CUBE魔方、凯德MALL天官院店、芳园里ID MALL等项目也计划在今年底前开业。

北京商报记者调查发现,这些集中在年底开业的购物中心大部分所在区域位于北京五环之外,这些区域此前并无大型商业综合体,所在区域的交通也不便利。以顺义鲁能美丽汇购物中心为例,该项目周边商业多以夫妻老婆店、小型超市、独门独店为主,并没有一个完善的商业综合体。

刚刚开业的昌发展万科广场位于



回龙观区域,周边涵盖大量居民社区和高新技术园区,但周边公共交通设施并不完善,为常住居民带来了不便。昌发展万科广场方面表示,根据周边商业配套的状况,将商场定位为社区购物中心,以中端品牌和家庭日常消费为主。

打出智能牌

除了商圈向外延展的趋势之外,今年底前将开业的商业多以科技、智慧MALL等理念博人关注。凯德MALL太阳宫店相关负责人介绍,该店将搭建数字化平台,通过引进智能设备收集、分析数据,实现由线上向线下引流。

此外,昌发展万科广场也提出“科技赋能”。北京商报记者了解到,昌发展万科广场引入VR和AR技术。商场内部设置智能停车、智能互动终端、智能试衣镜等技术、设备。例如刷脸吃饭KFC、

虚拟试妆屈臣氏、全息可视化训练店古德菲力健身等。

实际上,上述两家商场所提到的“智能技术”已被应用在商场、购物中心的运营中。凯德商用中国北部区域总经理袁嘉骅表示,智慧MALL的打造对运营者而言,可以通过全方位智能分析消费数据,全面掌握会员画像和消费习惯,推动业态布局的优化,提升运营业绩。

对于实体商业项目引入智能科技,赖阳认为,这或许能够实现精准化营销以及大大提高工作效率,为顾客提供更多个人化的服务。但对消费者而言,最重要的还是对商场体验感的要求,这些黑科技的引入虽然在一定程度上能够带来不一样的消费体验,但商场的业态组合、品牌等更具有决定性因素。

不过,赖阳指出,在现在商业发展

的大趋势下,每个商场都具有智能设备,但智能技术设备只是商业运营中的辅助工具,并不是最主要的一部分。因为消费者更关注的是购物体验,所以整体业态配比以及品牌是否顺应消费者喜爱更为关键。

人口外溢带来商机

传统郊区商业的功能构成相对单一,由聚集专卖店的商业街构成。随着消费行为与理念的升级,新兴商业综合体项目正在瞄准这一市场机会。郭增利表示,商业项目瞄准城市周边区域属于商业布局的发展规律。目前大多城市的商业都会首选核心都市商圈,而随着核心区域的商业项目越来越多,商业项目的未来布局趋向便是向周边区域导入。郊区存在大量的人口导入,并且以年轻人人居多。这类人群的购买力和购买意愿比较强,所以北京郊区的核心地区成为了商业项目的重点目标。

虽然郊区商业发展潜力大,但仍存在发展阻碍。郭增利表示,目前有大部分区域扩建住宅和商业用地,很多项目看起来形成一个大的社区,但更多的是属于房子卖掉却无人居住状态。人口导入与人口实际居住相矛盾。同样,居住的人口是否经常在该区域进行生活和工作等日常生活行为也是影响郊区商业发展的主要问题,这对当地的实际消费影响至关重要。

北京商报记者 王晓然 刘卓澜

· 资讯 ·

国庆期间

北京处理775件食药消费投诉

北京商报讯(记者 王晓然 王维祯)10月8日,北京市食品药品监督管理局(以下简称“市食药监局”)发布消息称,今年国庆节期间,北京食药监部门处理和处置消费投诉775件、咨询88件。全市食药市场整体平稳、供应有序。

据悉,2018年10月1日-7日期间,市食药监部门累计检查食品药品生产经营者上万家。其中食品生产企业150家,批发(农贸)市场265家,商场、超市3963家,餐饮服务单位4739家,药品企业902家。此外,市食药监部门发现食品药品违规行为14起,立案13起,较去年发现和纠正违法违规行为93起相比,下降近92.86%。

另外,食药监管部门及时受理和处置消费者投诉举报755件、咨询88件。市食药监局方面指出,节日期间,全市食品药品市场整体平稳、供应有序,未发生严重违法问题和突发食品药品安全事件。

北京商报记者了解到,在国庆节期间,丰台区食药监局针对单日订餐数量大、投诉举报问题多发等情形,对辖区内网络订餐企业进行检查。截至9月30日,丰台区在美团、百度外卖、饿了么三家网络订餐平台共上线餐饮企业1.1万家,在抽检过程中,丰台区食药监局发现部分餐厅存在违法情况。

据悉,丰台区食药监局通过对网络订餐食品经营监管系统进行网络监测,在线上巡查监测中,如果发现违法线索,会将线索派发至属地监管部门进行现场检查,并及时通报网络订餐第三方平台给予整改下线。

迎合消费升级 吴裕泰推平价大红袍

北京商报讯(记者 王晓然 王维祯)武夷山出产的大红袍是乌龙茶中的贵族。如何既能让大红袍保持高贵的身份,又能走进寻常百姓家?北京吴裕泰茶业股份有限公司今秋在保证同一茶叶、同一工艺、统一品质的基础上,细分大红袍等级,形成不同价位的级别,最低价格降到了800元/斤,践行“卖老百姓喝得起的放心茶”的市场定位。

武夷山的大红袍堪称乌龙茶里的翘楚,它有绿茶的清香,有红茶的甘醇,有乌龙茶的绵厚,也透着一股幽香。武夷岩茶中真正的大红袍是要经过一番繁琐而严格的加工过程的。大红袍焙制时的火候全凭师傅的经验来掌握,力争在烘焙过程中保存中间部分的花香。

吴裕泰公司与老记春城武夷山茶业有限公司合作,产品均严格执行“国家非物质文化遗产——武夷岩茶大红袍传统制作工艺”标准。吴裕泰大红袍的传统制作工艺一共有十二道工序:采摘、萎凋、做青、初焙、扬簸晾索、拣剔、复焙等,决定茶叶品质的还在于焙火。佳茗难得现匠心,纯正的大红袍来自于传统的制作方法。武夷岩茶从4月采摘下来后,要经过做青,四次焙火流程。每焙火一次,大红袍就成熟一分,直到9月中旬做第四次焙火处理后,吴裕泰大红袍才算大功告成。

吴裕泰对自己旗下的这个高贵茶叶产品一直是呵护有加。大红袍的春季采摘秋季焙火收官之际,北京吴裕泰茶业股份有限公司的掌门人赵书新都是亲自来武夷山把关验收,没有丝毫懈怠。武夷岩茶一年四季都可采摘,但为了保证大红袍的品质,吴裕泰一直坚持只采摘清明前后的春茶,因为春茶品质最



吴裕泰董事长赵书新(右一)在武夷山查看大红袍茶园情况

好、没有病虫害。谈到中秋节的武夷山之行,赵书新笑言:“茶人无休,能让顾客喝上一杯醇厚回甘、满口余香的吴裕泰牌茶叶,一生足矣”。

大红袍作为高档茶叶,过去的价格一直高高在上,动辄上万元或几万元的价格是一般人消费不起的。为了让更多北京人能品到大红袍的悠长味道,北京吴裕泰在大红袍平民化方面下了一番功夫。他们在保证同一茶叶、同一工艺、统一品质的基础上,细分大红袍等级,形成不同价位的级别,最低价格降到了800元/斤。大红袍成为了平民化的贵族,更多的人能在吴裕泰喝上纯正的大红袍了。

赵书新说,吴裕泰坚持“百年老店成就千年品牌”的梦想,无论商业体验的深度上,还是产品创新的广度上,均在行业遥遥领先。从采摘到制作,从配送到销售,从茶园到茶杯,吴裕泰力求在每个环节都做到用心选材、精心监控、诚信服务,传承积淀百年的责任和使命,让老百姓都能喝上一杯安全放心的好茶。